ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЖИВОТНЫХ У ДЕТЕЙ В АНГЛИЙСКОЙ, РУССКОЙ И ТУРКМЕНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Воробьева О.И., доцент кафедры мировых языков,
Омарова К.С., студентка 1 курса
(г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова)

Животные всегда играли немаловажную роль в жизни человека, в особенности в древние времена, когда люди и звери сосуществовали в естественном соседстве. Соответственно, постепенно животные стали символическими носителями человеческих качеств. Так и возникли фразеологизмы с компонентом-зоонимом (или наименованием животных), ставшие неотъемлемой частью языка. Освоение данных единиц занимает значительное место в формировании образа животных с ранних лет жизни ребенка.

Зоонимы составляют важную часть лексики любого языка, нередко выступая символами культур, к которым они принадлежат. Без сомнений, изучение фразеологических единиц с названиями животных неизбежно выводит исследователя на изучение психолого-педагогических, лингводидактических и культурологических аспектов их функционирования.

Среди наиболее значимых факторов, влияющих на этноязыковую картину мира, особое место занимает животный мир в качестве неотъемлемой части окружающей природы. Языковые единицы, обозначающие предметы или явления, тем или иным образом связанные с миром фауны, занимают особый пласт словарного состава любого языка. В разных языках и культурах наименования животных заключают в себе различные характеристики и качества. Этот факт подчеркивает индивидуальность образного мышления конкретного народа, что являет собой сложный ассоциативно-психологический процесс, а также различия в ценностной картине мира различных этносов.

Цель нашего исследования заключалась в том, чтобы обнаружить частотные фразеологические единицы с компонентом-зоонимом (названия домашних и диких животных, птиц и насекомых) в английском, русском и туркменском языках.

Методом сплошной выборки нами было отобрано около 370 фразеологических единиц с зоонимом в русском, английском и туркменском языках. Изучение лексикографических источников [5; 6] показало, что фразеологический фонд русского, английского и туркменского языков имеет много общего в аспекте употребления зооморфной лексики во фразеологических единицах. Это касается также и оценочной коннотации.

Лексико-семантическая группа «названия животных» давно привлекает внимание исследователей в связи со способностью ее единиц обладать многозначностью, основанной на метафорических и метонимических связях. Следует отметить, что зоонимы, используемые для характеристики человека, не раз становились предметом специального исследования. Семантика, переносно-образные значения зоонимов, лингвокультурологическая и этноспецифическая значимость зоонимов изучалась на материале разных языков [1-4]. При всем разнообразии подходов и направлений в изучении зоонимов исследователи сходятся во мнении об общей тенденции к антропоцентризму в семантике фразеологических зоонимов современного языка, а также о распространенности и некоторой универсальности фразеологических единиц с названиями животных, о чем свидетельствует тот факт, что в языках всего мира они активно используются в качестве образной характеристики человека, обладают высоким коннотативным потенциалом.

Значительное количество фразеологизмов в английском, русском и туркменском языках связано с таким животным, как лошадь. В процессе исторического развития этот зооним приобрел различные оттенки коннотации. Лошади издавна являются

неотъемлемой частью крестьянского хозяйства. В трех рассматриваемых языках зооним *horse* ‘лошадь, конь’ означает трудолюбие, выносливость, силу, энергию. Он символизирует эти качества и во фразеологии. Например, *work like a horse* досл.: ‘работать как лошадь’ – ‘вкалывать’, ‘пахать’, ‘много и тяжело работать’; ‘(работать как) ломовая лошадь’. Коннотация может быть как положительной, когда говорящий считает такое отношение к работе целесообразным, так и отрицательной, если говорящий не одобряет такое отношение. Возможно, в русском языке образ лошади подсознательно связан с женщиной, поскольку это слово относится к женскому роду. На этом же значении зоонима (трудолюбие) построен и английский фразеологизм *a willing horse* ‘работяга, человек, охотно взваливающий на себя работу, с готовностью берущийся за что-либо’. В английский язык вошло множество фразеологических выражений, связанных с охотой, скачками. Из животных чаще всего в них упоминается лошадь. Выражение *a dark horse* (в русский язык вошла калька с английского ‘тёмная лошадка’) первоначально обозначало скаковую лошадь, о которой ничего не известно, и на которую никто не хотел ставить деньги. Сейчас *a dark horse* – это неизвестный по своим качествам, способностям, намерениям человек, чьи возможные действия трудно предугадать. В отличие от зоонимов *лошадь* и *конь*, которые имеют в основном положительные коннотации, зоонимы *кобыла* и *мерин* не вызывают положительных ассоциаций у носителей русского языка. В туркменском языке для описания здорового и крепкого человека используется зооним *At yaly sagdyn / At yaly gayratly* ‘здоров как лошадь’ в английском языке есть эквивалент этого выражения *as healthy as a horse*. Сравнение основано на физических свойствах лошади, а именно на способности к выполнению тяжелой работы. Как в английском, так и в русском языке, отсутствуют, однако, аналоги такой туркменской поговорки, как *At goresde belli adam gatnasykda* ‘Лошадь узнаешь во время езды; человека узнаешь во время знакомства’. Такая туркменская поговорка, как *At gazygyny unutmaz* ‘старый конь борозды не портит’, имеет полный эквивалент в русском языке и сохраняет ту же положительную коннотацию. *Atyn yok bolsa ese kulan* букв.: ‘если нет лошади, воспользуйся ослом’ – в данном примере сравниваются два зоонимических образа: осла и лошади, и лошадь оценивается как более ценное животное. Одновременно подчеркивается мысль о том, что если невозможно иметь желаемое, то нужно довольствоваться тем, что имеешь.

Таким образом, в формировании представлений о животных у детей в той или иной лингвокультуре значительную роль играет освоение фразеологических единиц, содержащих зоонимы. Они представляют собой достаточно большой слой лексики и обладают высокой употребляемостью. Зоонимы занимают важное место в отражении национально-культурных особенностей социума. Выявление национальной специфики семантики во всех ее аспектах важно для более полного понимания того или иного языка и мышления народа, говорящего на нем. В английском, русском и туркменском языках существует множество фразеологизмов с языковыми единицами, содержащими компонент-зооним. Термин «зооним» выступает как в качестве родового названия животного, так и как метафорическое именование при анализе лексики точки зрения эмоционально-оценочной характеристики человека, эталонным носителем которого для языкового сознания людей выступает определенный представитель фауны. Подобные устойчивые выражения содержат в себе экспрессивное описание человека, им присуща яркая коннотативная окраска, положительная (похвала, радость и др.), или, чаще всего, отрицательная, когда использование зоонима в речи становится одним из способов выразить свое неуважение, неодобрение, презрительное отношение или другие негативные эмоции по отношению к какому-либо предмету или человеку. На фоне универсальных ярко выделяются специфические черты единиц вторичной номинации в группе лексики «фауна». В английский язык вошло множество фразеологических выражений,

связанных с охотой, скачками. Из животных чаще всего в них упоминается лошадь. В русском языке для обозначения самца самки лошади имеются разные лексические значения, в том числе и переносные («лошадь» и «конь»). В туркменском языке образ лошади всецело ассоциируется с энергией, силой, выносливостью, трудолюбием. На примере анализа языкового материала можно наблюдать, как каждая из рассматриваемых лингвокультур вносит в образы животных индивидуальный транслируемый из поколения в поколение ценностный смысл.

Список цитированных источников:

1. Куражова, И.В. Имена животных как отражение ценностной картины мира в английской лингвокультуре: автореф. дис.канд. филол. наук / И.В. Куражова – М., 2007.
2. Метельская, Е.В. Оценка человека через образы животных в разговорно-сленговой форме английского языка / Е. В. Метельская // Основные проблемы лингвистики и лингводидактики. Сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Астрахань, 2009. – С. 84 – 87.
3. Солнцева, Н.В. Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: дис. канд. филол. наук / Н. В. Солнцева. – Омск, 2004.
4. Тишкина, Д.А. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в английском и русском языках: сопоставительный анализ: дис. ... канд. филол. наук / Д.А. Тишкина. – Казань, 2008.
5. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. ред. В.Н. Телия. – 4-е изд. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2009. – 784 с.
6. Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>. – Дата доступа: 20.01.2019.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ПОРТРЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В ИСТОРИИ

Крицкая Н.В., канд. филол. наук, доцент
Терентьева О.А., магистрант
(г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова)

Классическая русская литература рисует преимущественно негативные образы делового человека. Предпринимателям не хватает либо честности и порядочности, либо живости и эмоциональности. Буржуазные стремления предпринимательского класса противоречат христианским ценностям, на которых основана русская литература.

В советский и современный периоды изменились ценности, герои и тематика произведений, что связано, в первую очередь, со сменой социально-политического режима, с новыми экономическими реалиями и идеологическими факторами.

В разные исторические периоды предпринимателей называли по-разному: купцы, заводчики, фабриканты, процентщики, капиталисты, фарцовщики, цеховики, валютчики, челноки, барыги, воротилы, дельцы, олигархи, новые русские. И это далеко не полный список слов, которыми обозначали людей, занимавшихся предпринимательской деятельностью. Большинство из этих слов имеют негативную окраску и связано это с тем, что к людям предприимчивым и расчетливым на Руси всегда относились с пренебрежением.

По мнению Т.А. Милехиной, торговля в русской культуре считалась неуважительным занятием, и это отношение нашло свое отражение в языке [4]. Например, слова барышник, лавочник, торговка звучат явно пренебрежительно. Городничий в «Ревизоре» Н.В. Гоголя называет купцов «самоварники», «аршинники», «протобестии», «надувалы морские». Слово «купец» было предпочтительнее слову торговец, потому что в основе его внутренней формы лежит процесс купли, а не продажи. Может быть, поэтому в сегодняшнее время в бизнес среде используются в основном не русские, а заимствованные слова, лишённые негативного историко-культурного контекста: бизнесмен, риэлтор, брокер, дилер, спонсор, менеджер и др.